



LABVILLE



2^e RENCONTRE ANNUELLE DU LIÈGE-LABVILLE

14 DÉCEMBRE 2017



La ville étudiante créative



J.-M. Halleux – 14 décembre 2017
2e Rencontre annuelle du Liège-LABVILLE
Métropole universitaire étudiante

Introduction générale

Synthèse des réflexions du groupe de travail

M. Goossens et J.-M. Halleux (ULiège)

J.-C. Peterkenne (Ville de Liège)

Une intervention en deux parties

- 1. Les principaux constats**
- 2. Enjeux et pistes d'actions**

1. Les principaux constats

1.1. Les liens forts entre enseignement supérieur et créativité

- **Enseignement : développer l'inventivité et la créativité des étudiants**
- **Recherche : nouvelles connaissances par la créativité des chercheurs**
- **Services à la communauté : les IES sont devenues des acteurs majeurs des domaines culturels et créatifs**
 - ⇒ **R. Communian et F. Faggian (2011) : les universités et hautes écoles représenteraient 20 % de l'offre culturelle aux États-Unis !**

1. Les principaux constats

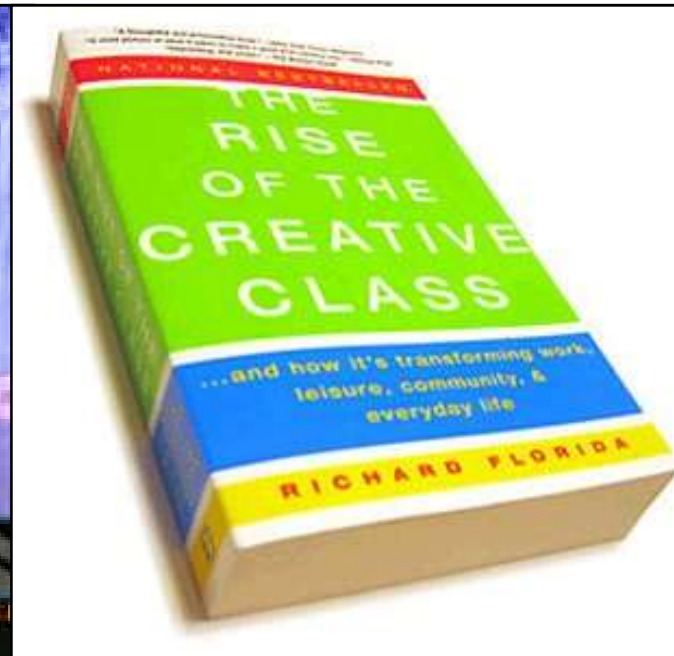
1.2. Le rôle moteur des villes dans le développement

- **Contexte : économie de la connaissance globalisée**
- **Économies d'agglomération : main d'œuvre qualifiée, accessibilité réseaux de transports, services spécialisés**
- **Économies d'agglomération ⇒ Innovation ⇒ Compétitivité**

1. Les principaux constats

1.3. Le succès de la théorie de la classe créative

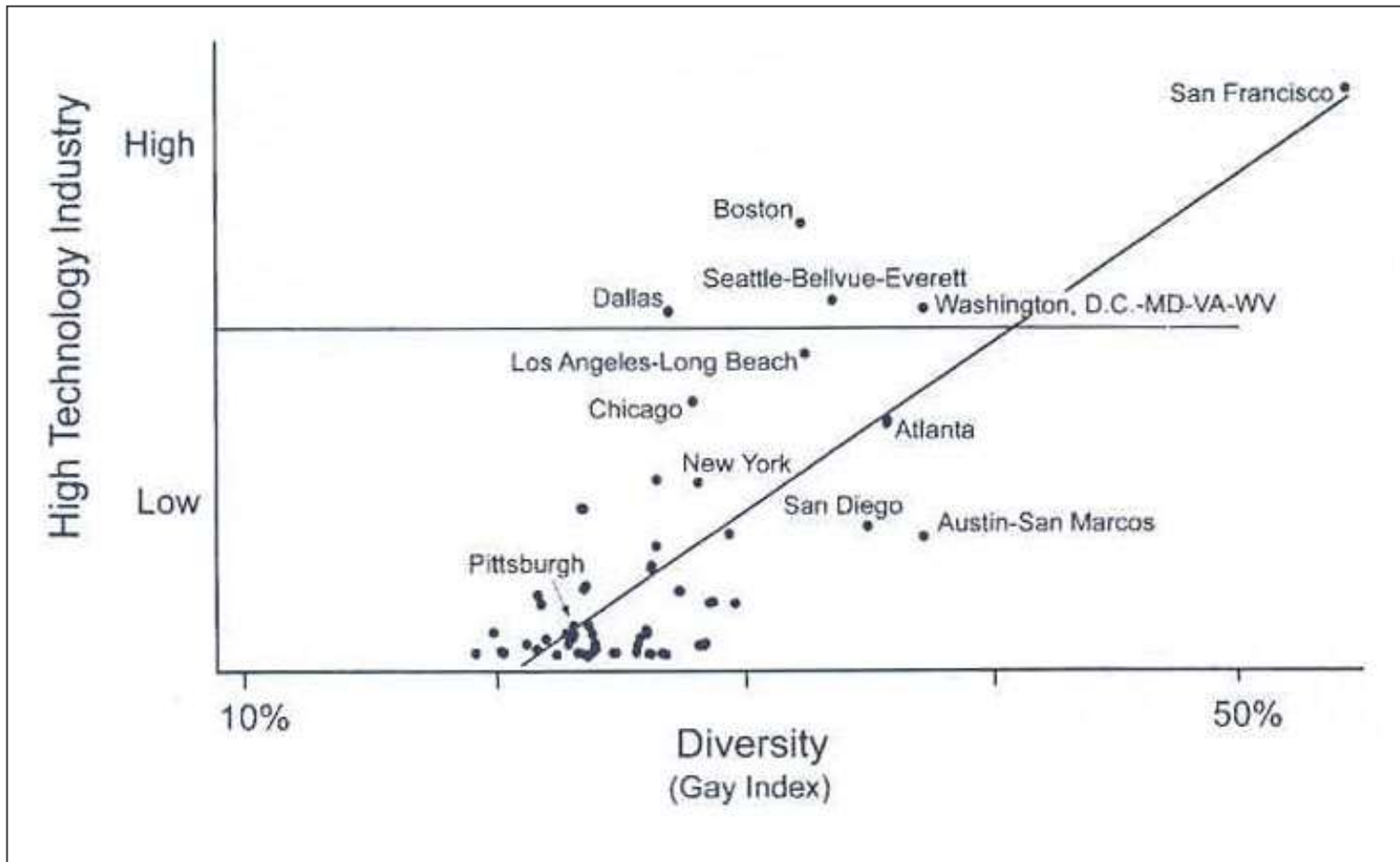
- Richard Florida : star américaine de la géographie économique et de l'urbanisme
- « *The rise of the creative class* », 2002



1. *Les principaux constats*

1.3. Le succès de la théorie de la classe créative

- La théorie des trois T : technologie, talent, tolérance
 - Le développement est liée à la *Technologie* utilisée par les entreprises
 - Le *Talent* (la classe créative) est un facteur de localisation des entreprises
 - La *Tolérance* des sociétés locales est un facteur de localisation de la classe créative



Source : Florida R., 2002b, « The Economic Geography of Talent », Annals of the Association of American Geographers, n°92, p. 751.

1. Les principaux constats

1.3. Le succès de la théorie de la classe créative

- De nombreux détracteurs au sein du monde scientifique
 - Quelles relations de causalité entre le talent et la technologie ?
- Mais succès médiatique : forte adhésion des milieux artistiques et culturels



The Creative Class Group, founded by world renowned urbanist Richard Florida, is a global advisory firm composed of expert researchers, academics, and business strategists. Our proprietary data and research, gives companies and regions leading insights to achieve growth and prosperity.

Source : <http://www.creativeclass.com/> (consulté en décembre 2017)

1. Les principaux constats

1.3. Le succès de la théorie de la classe créative

- **De nombreux détracteurs au sein du monde scientifique**
 - Quelles relations de causalité entre le talent et la technologie ?
- **Mais grand succès médiatique : forte adhésion des milieux artistiques et culturels**
- **Mais grand succès auprès de nombreuses villes**

Réalizations en 2004

Une ville bienveillante et englobante

Une ville créative, riche en patrimoine, à l'identité unique

Une ville verte et sensible à l'environnement

Une ville faite de communautés distinctes et vivables

Une ville novatrice où la prospérité est partagée par tous

Une ville responsable et réceptive

Une ville saine et active

Une ville créative, riche en patrimoine, à l'identité unique

Réalisations en 2004

Investissement dans l'avancement de la culture à Ottawa

Le patrimoine culturel d'Ottawa présente de multiples facettes. La préservation et le renforcement de nos ressources patrimoniales touchent quatre domaines distincts : le patrimoine bâti, qui comprend les bâtiments, les groupes de bâtiments, les digues et les ponts; les paysages du patrimoine culturel, qui regroupent notamment les cimetières, les jardins historiques et les vastes aménagements paysagers témoignant d'une intervention humaine, tels le canal Rideau et les rivières Rideau et des Outaouais; les ressources archéologiques, qui englobent entre autres les artefacts personnels et les ensembles d'aménagements, comme les vestiges de l'établissement des Autochtones avant l'arrivée des Européens; et le patrimoine documentaire et matériel, qui comprend des entités telles que les archives, les musées et les artefacts historiques.

Ensemble, ces éléments nous permettent de mieux saisir notre patrimoine culturel collectif. De plus, ils sont essentiels pour comprendre l'histoire des résidents d'Ottawa et les endroits où ils se sont établis. Ils nous aident aussi à savoir qui nous sommes, où nous nous trouvons et dans quelle voie nous nous dirigeons.

En 2004, la Ville a pris les mesures suivantes afin de favoriser l'avancement de la culture :

- approbation par le Conseil municipal de l'affectation de 5,47 millions de dollars, à même le budget des immobilisations de 2005, à la construction, au 150 de la rue Elgin, de la salle de concert de calibre international de la Société de musique de chambre d'Ottawa. Cette dernière se servira des fonds accordés par la Ville pour obtenir un financement substantiel des gouvernements provincial et fédéral afin de procéder à l'édification de l'installation;
- établissement d'un partenariat avec Windmill Developments et la Great Canadian Theatre Company pour la réalisation du projet pilote < The Currents >, un nouveau centre culturel public sans but lucratif, jumelé à un centre résidentiel et commercial polyvalent dans le secteur de Hintonburg;
- engagement préalable de fonds d'immobilisations pour l'établissement du centre des arts d'Orléans;
- circulation parmi les résidents de plus de neuf millions d'articles de bibliothèque, y compris des livres, des vidéocassettes et des disques compacts, et traitement de plus d'un million de questions par les 33 succursales, les services de bibliothèque virtuelle et le bibliobus de la Bibliothèque publique d'Ottawa;
- mise en service d'un second bibliobus pour offrir des services de bibliothèque aux résidents des milieux urbains et ruraux;
- octroi de 201 subventions au milieu culturel d'Ottawa pour aider divers organismes à offrir des milliers de programmes publics, dont des événements artistiques, des cours d'art, des foires et des festivals;
- élargissement du Prix du livre d'Ottawa de manière à y inclure quatre concours afin de refléter la croissance et l'avancement des arts littéraires à Ottawa.

Objectifs d'une ville créative, riche en patrimoine, à l'identité unique :

- Créer un sentiment de localité
- Acquérir une capacité de création
- Mettre en valeur le dynamisme du centre ville d'Ottawa
- Offrir de plus nombreux débouchés aux artistes
- Sauvegarder et renforcer notre patrimoine unique

Version imprimable

Browsealoud

Taille du texte

Le financement des arts et de la culture, par exemple la promesse de fonds d'immobilisations pour la Great Canadian Theatre Company (GCTC), la salle de concert proposée et le centre des arts d'Orléans constitue en élément essentiel au dynamisme d'Ottawa.



4
Nov



BORDEAUX MÉTROPOLE

- > Presse
- > Publications
- > Contacter Bordeaux Métropole

Rechercher

emploi / économie déplacements / transports habitat / urbanisme nature / cadre de vie grands projets vie démocratique services / proximité

sommaire Grands projets

Accueil > Grands projets

Actualités

Aucune actualité récente

[Voir toutes les actualités](#)

Publications

Bordeaux Métropole

[Voir toutes les publications](#)

- Actualités des grands projets
- Le territoire des grands projets
- Grande salle de spectacle
- ▶ Pont Chaban-Delmas
- ▶ 50 000 logements
- ▶ Pont Jean-Jacques Bosc
- Bordeaux-Euratlantique
- Pôle intermodal Saint-Jean
- Opération Campus
- ▶ La Métropole 3.0
- ▶ Archéologie préventive

[Version imprimable](#)



Ville créative



Judi 7 Octobre - Cenon Le Rocher de Palmer (9h15 – 20h)

En partenariat avec l'Observatoire des Politiques culturelles
Avec le concours de Le Hub-agence, l'OARA, l'IDDAC, l'AEC et le Ministère de la Culture et de la Communication (DRAC Aquitaine)

Source : <http://www.bordeaux-metropole.fr/bordeaux-metropole-30/ville-creative> (consulté en novembre 2015)



Vous êtes ici : Accueil > Les 85 communes de Lille Métropole > Tourcoing > **Les défis d'une ville créative**

← Retour à la page précédente

Imprimer | Envoyer à un ami

- Accueil
- Anstaing
- Armentières
- Baisieux
- Beaucamps-Ligny
- Bondues
- Bousbecque
- Bouvines
- Capinghem
- Chérel
- Comines
- Croix
- Deùlémont
- Don
- Emmerin
- Englos
- Ennetières-en-Weppes
- Erquinghem-le-Sec
- Erquinghem-Lys
- Escobecques
- Faches-Thumesnil
- Forest-sur-Marque
- Fournes-en-Weppes
- Frelinghien
- Fretin
- Gruson
- Hallennes-lez-Haubourdin
- Halluin
- Hantay
- Haubourdin
- Hellemmes
- Hem

Les défis d'une ville créative

Tourcoing

Accès aux autres communes

Anstaing

ok

- Lire aussi**
- Un peu d'histoire
 - Fêtes, sports, loisirs et vie pratique

Une démarche d'information citoyenne



Tourcoing change et mise sur la communication



A quelques pas de la mairie, rue du Haze, une grosse pelleteuse s'active. Son énorme pince broie des pans de mur en quelques secondes. D'ici quatre ans, un centre de loisirs nautiques succèdera à l'ancienne caserne des sapeurs-pompiers. C'est l'un des nombreux chantiers, en cours ou en projet sur **Tourcoing**. La ville en a recensé 150. Afin d'en donner une visibilité globale, une vaste campagne de communication a été lancée. L'objectif, montrer aux habitants que la ville va changer.

"Les défis de Tourcoing... la ville se réinvente", tel est le slogan de cette importante campagne de communication lancée depuis le 2 juin. Il a pour vocation d'exprimer une énergie propre à la ville, celle de la transformation et de la rénovation, explique Michel-François Delannoy, premier adjoint au maire en charge de l'urbanisme.

Le discours est au point. Les logos aussi. Un peu partout, ils sont affichés dans la ville. A l'angle de la rue d'Havré et de la rue de tournai, la palissade entourant le chantier du parking souterrain en est couverte. Sur le fond et sur la forme, l'objectif est de véhiculer une image de modernité, de porter un discours volontariste de foi en l'avenir de la ville et d'affirmer une volonté d'aller de l'avant.



C'est que, la ville surfe actuellement sur une vague de travaux et de projets qui concernent les Tourquennois mais aussi les métropolitains. Economie, cadre de vie, loisirs..., ces aménagements touchent tous les domaines d'activités. Retenons que :

■ **Pôles économiques**

Sur le plan économique, le plus important projet d'aménagement concerne la zone de l'Union. Pour l'instant, c'est encore à l'étude. Mais bientôt, les premiers grandes constructions vont sortir de terre. Le campus textile et son centre de recherche et de formation, ainsi que le pôle européen sur les non tissés sont très avancés. Même chose en ce qui concerne l'implantation de Télé Mélodie sur la friche Vanhoutryve. Les premiers travaux d'aménagement devraient débuter au mois de septembre. Aux côtés du Crrav et du Fresnoy, il formera un important pôle économique.

L'éclosion de l'ensemble des projets urbains sur le territoire de la ville de Tourcoing est aujourd'hui le résultat d'une vision originale de revitalisation de la cité, poursuivie depuis 15 ans à Tourcoing. Appliquée en premier lieu dans les quartiers autour d'actions de reconstruction, de développement des services à la personne, de culture et de loisirs, cette revitalisation trouve son aboutissement dans la refonte du Centre-Ville.

Toute l'information sur l'évolution des travaux et sur les projets eux-mêmes sont sur le site : www.defistourcoing.com

Carte et vue aérienne de la commune



Colloque Liège créative

16/10/2009

L'AVENIR DE LIÈGE OU LE DÉVELOPPEMENT D'UNE VILLE UNIVERSITAIRE SUR FOND DE CRÉATIVITÉ

Vendredi 23 octobre 2009 - Palais des Congrès de Liège
Organisé conjointement par l'Interface Entreprises-ULg et le GRE-Liège



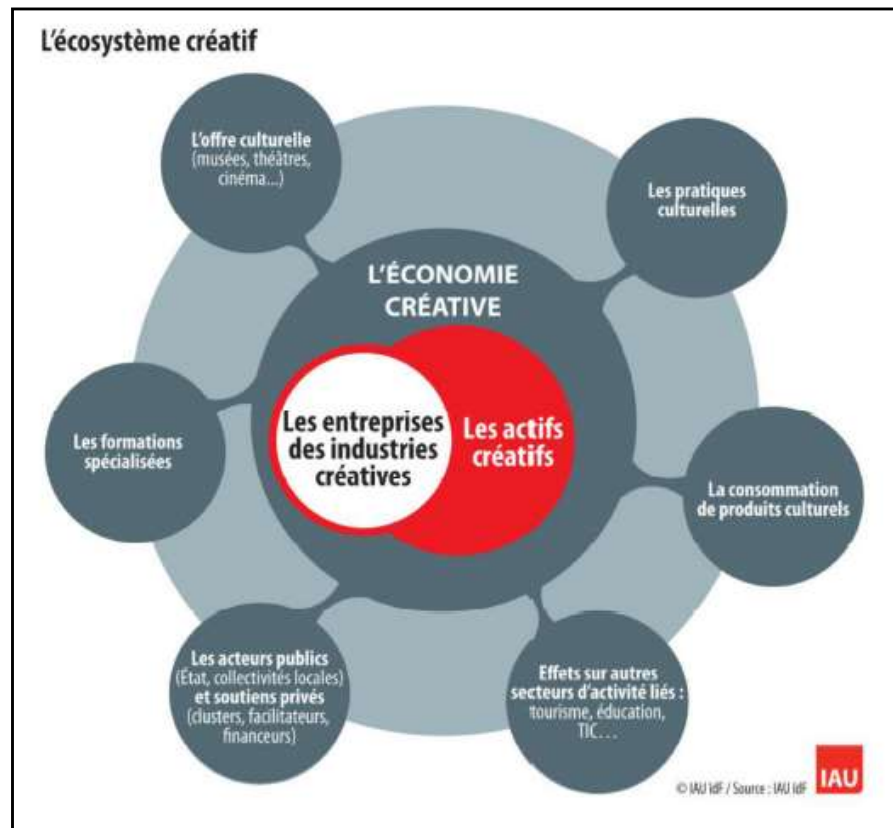
Aujourd'hui, ce sont les villes - plus que les régions ou les nations - qui tirent le développement économique. Et les villes universitaires, caractérisées par un pôle scientifique ou technologique important, semblent posséder un avantage sur les autres en offrant un visage et une dynamique plus « créative ». Cette « créativité » est cependant un concept qui ne se réduit pas à la seule capacité d' « innovation technologique » mais qui englobe tous les domaines d'activités : industriel, scientifique, culturel, commercial, immobilier, sportif, ... L'image créative d'une ville agit potentiellement comme un puissant facteur d'attraction : elle contribue à drainer l'investissement, les ressources humaines, les projets à valeur ajoutée, ...

Source : http://www.ulg.ac.be/cms/c_318767/colloque-liege-creative (consulté en septembre 2010)

1. Les principaux constats

1.4. Le poids du paradigme de l'économie créative et culturelle au niveau local, régional et international

- Développer un système productif basé sur la créativité et la culture

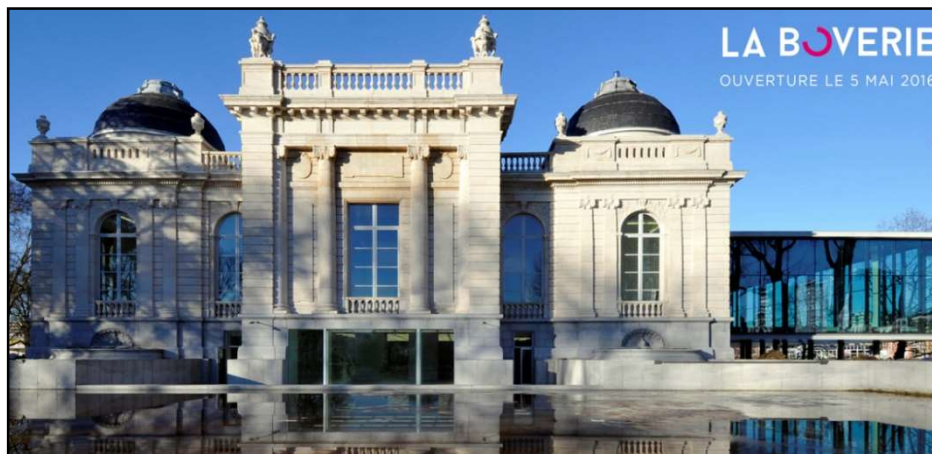


Hub créatif : plateforme d'organisation centrée sur la transformation de l'économie traditionnelle en économie créative à travers la mise en capacité des acteurs en favorisant l'innovation ouverte, l'hybridation transdisciplinaire et l'intelligence collaborative.

1. *Les principaux constats*

1.4. Le poids du paradigme de l'économie créative et culturelle au niveau local, régional et international

- Ville de Liège : investissement dans les infrastructures culturelles



1. Les principaux constats

1.4. Le poids du paradigme de l'économie créative et culturelle au niveau local, régional et international

- Ville de Liège : investissement dans les infrastructures culturelles
- Colloque du 23 octobre 2009

Colloque Liège créative

16/10/2009

L'AVENIR DE LIÈGE OU LE DÉVELOPPEMENT D'UNE VILLE UNIVERSITAIRE SUR FOND DE
CRÉATIVITÉ

Vendredi 23 octobre 2009 - Palais des Congrès de Liège

Organisé conjointement par l'Interface Entreprises-ULg et le GRE-Liège



Aujourd'hui, ce sont les villes - plus que les régions ou les nations - qui tirent le développement économique. Et les villes universitaires, caractérisées par un pôle scientifique ou technologique important, semblent posséder un avantage sur les autres en offrant un visage et une dynamique plus « créative ». Cette « créativité » est cependant un concept qui ne se réduit pas à la seule capacité d' « innovation technologique » mais qui englobe tous les domaines d'activités : industriel, scientifique, culturel, commercial, immobilier, sportif, ... L'image créative d'une ville agit potentiellement comme un puissant facteur d'attraction : elle contribue à drainer l'investissement, les ressources humaines, les projets à valeur ajoutée, ...

Source : http://www.ulg.ac.be/cms/c_318767/colloque-liege-creative (consulté en septembre 2010)

1. Les principaux constats

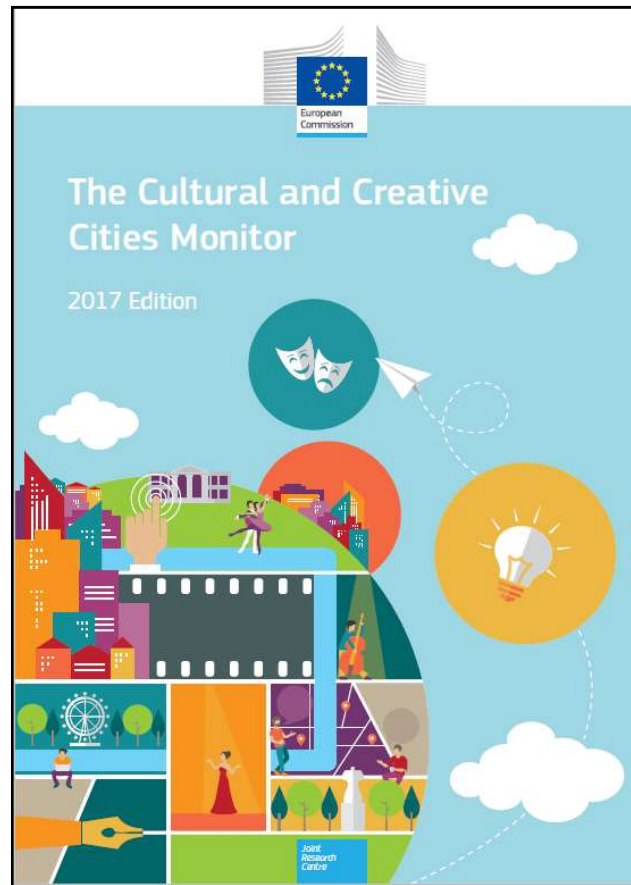
1.4. Le poids du paradigme de l'économie créative et culturelle au niveau local, régional et international

- **Ville de Liège** : investissement dans les infrastructures culturelles
- **Colloque du 23 octobre 2009**
- **Université de Liège** : créations d'IDCampus en 2010 et du forum LIÈGE CRÉATIVE en 2011
- **Programme-cadre « *Creative Wallonia* » en 2010**
 - ⇒ Hubs créatifs dont le Plug-R à Liège
 - ⇒ Action de Meuseinvest en faveur d'un district créatif
 - ⇒ HEC : incubateur VentureLab à destination des étudiants entrepreneurs

1. Les principaux constats

1.4. Le poids du paradigme de l'économie créative et culturelle au niveau local, régional et international

- Au niveau européen



2. Enjeux et pistes d'actions

2.1. Une « ville étudiante créative » attractive

- **Concordance d'intérêts entre la Ville, l'Université et les hautes écoles**
 - **Constat de la régression de la « part de marché » de l'ULiège en FWB**
(Source : Université de Liège, Conseil académique du 24 octobre 2016)
- ⇒ **Comment attirer et/ou retenir sur place : les étudiants, les diplômés, les entrepreneurs ?**

2. Enjeux et pistes d'actions

2.2. Une « ville étudiante créative » épanouissante et émancipatrice

- Comment faire profiter les étudiants présents sur le territoire de l'offre disponible ?
- Proposition tirée de l'exemple de Grenoble :
« *Plateforme technique et administrative susceptible de centraliser, de répertorier et de promouvoir l'offre dans les champs entrecroisés de la culture, des loisirs et du sport* » (Source : A. Faure, 2014, p. 35)
- Enjeu des pratiques pédagogiques liées aux problématiques des acteurs locaux

2. Enjeux et pistes d'actions

2.3. Une ville « ville étudiante créative » multiculturelle

- **Ville de Liège : 140 nationalités**
- **Charte des valeurs de l'ULiège : valeur de l'égalité des chances**
- **Immigration peu qualifiée et inclusion sociale pour l'épanouissement des talents**
- **Politique en faveur des réfugiés dans le cadre du prochain plan stratégique de l'ULiège**

2. Enjeux et pistes d'actions

2.4. Un déficit de connaissance

- **Attractivité des IES et évolution de cette attractivité ?**
- **Impact socio-économique local des politiques en faveur de l'économie créative ?**
- **« Fuite » des étudiants, des diplômés, des entrepreneurs ?**
- **Accès à la culture aux divers profils d'étudiants ?**
- **Accès à l'enseignement supérieur des divers profils de population ?**

La ville étudiante créative



Merci pour votre attention

J.-M. Halleux – 14 décembre 2017
2e Rencontre annuelle du Liège-LABVILLE
Métropole universitaire étudiante